

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemudahan dalam pertukaran informasi masa ini membuat dunia komunikasi semakin berkembang pesat yang dibuktikan melalui munculnya media baru. (Mondry, 2008) menetapkan bahwa media baru sebagai semua jenis media yang memanfaatkan internet untuk menjalankan fungsinya. Terdapat empat kategori media baru yang dicantumkan oleh (McQuail, 2000). Pertama, telepon, ponsel, dan email sebagai sarana kontak interpersonal. Kedua, komputer, videogame, dan game *online*. Kategori ketiga adalah mesin pencari informasi, seperti Google dan Yahoo. Keempat, media yang memungkinkan keterlibatan kelompok, seperti internet dan jaringan komputer yang memungkinkan untuk berbagi dan bertukar pengetahuan, ide, dan pengalaman dengan cara yang lebih dari sekadar alat.

Media baru merupakan media yang mudah diakses siapapun melalui *handphone* maupun media digital lainnya. Terlebih dalam mencari informasi, media baru sangat membantu masyarakat untuk mendapatkan apa informasi yang diinginkan. Internet merupakan unsur penting dalam terciptanya media baru, Internet merupakan unsur teknologi yang menjadi pendukung terhadap berkembang pesatnya teknologi di dunia dan juga sekaligus alat bertukar pesan yang dapat mengemas informasi secara cepat dan luas. Adanya Internet membuat media pertukaran informasi perlahan serba *online* terhadap media baru maupun media lama. Media lama yang kita ketahui seperti TV, media penyiaran radio, serta sistem media cetak seperti koran dan majalah terhubung dengan internet. Menurut

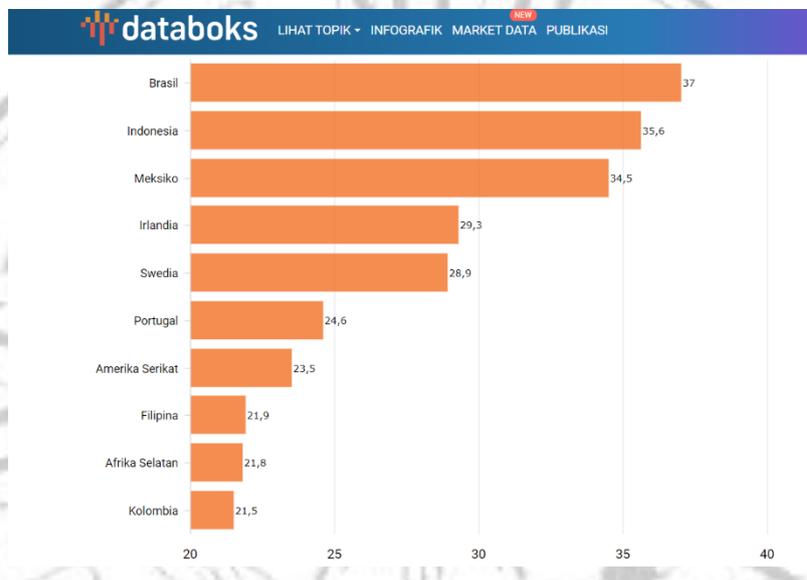
(McQuail, 2000) menyatakan bahwa tingkat kebebasan dalam penggunaan media, tingkat kesenangan dan ketertarikan terhadap media yang digunakan sesuai dengan yang diinginkan, dan tingkat privasi yang tinggi dalam menggunakan media baru, merupakan indikator dari tingkat interaktifitas penggunaan media, yang diindikasikan dengan rasio respon pengguna terhadap pengirim pesan.

Salah satu media baru, podcast merupakan media baru yang mendapat perhatian masyarakat dalam mencari informasi dan hiburan. Istilah “*podcast*” merupakan singkatan dari “*iPod*” dan “*broadcast*” yang kemudian diadopsi oleh *Apple* yang dirilis dalam fitur sebagai platform podcasting, *iPod Broadcasting* menggunakan gadget *Apple iPod*, sebagai platform untuk podcast pertama pada tahun 2001 yang diperkenalkan luaskan oleh Steve Jobs. Definisi secara sederhana, podcast merupakan sebuah media baru digunakan untuk menyebarkan konten audio sesuai permintaan yang dibuat oleh para amatir dan profesional (Bonini, 2015). Sedangkan menurut Richard Berry (2006) mendefinisikan bahwa podcast merupakan suatu konvergensi media yang dapat mengumpulkan dan menyebarkan konten audio dan video dalam bentuk unduhan dan media baru dalam berbagai bentuk seperti mp3, pdf, dan ePub.

Kemunculan podcast memberikan alternatif baru terhadap pendengar dan penikmat konten audio. Podcast dapat dikategorikan sebagai media alternatif Radio. Berbeda dengan radio, yang dimana pendengar radio harus mengikuti jadwal maupun agenda dari stasiun radio tersebut agar dapat menikmati konten audio yang disuguhkan, podcast memberikan layanan *on-demand* yaitu pendengar dapat memilih bebas dalam memilih topik, episode, host, channel yang diinginkan dan

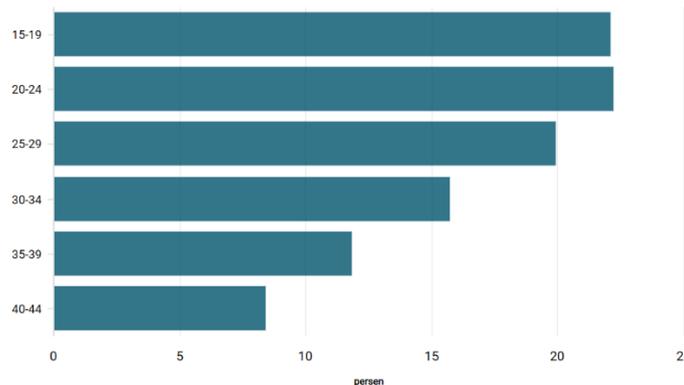
tersedia juga untuk diunduh, sehingga membuat penggunaan podcast sangat fleksibel.

Indonesia merupakan pengguna podcast di urutan kedua di dunia. Mengutip data *GlobalWebIndex* (GWI), dengan persentase 35,6% pengguna internet di Indonesia yang berusia antara 16 hingga 64 tahun adalah pendengar podcast. Indonesia berada tepat dibawah Brazil yang menduduki peringkat satu yang memiliki persentase sebesar 37% (databoks.katadata, 2022).



Gambar 1. 1 Negara Pendengar Podcast

Akses pada *podcast* saat ini juga dapat terbilang mudah. Temuan jajak pendapat oleh Jakpat menunjukkan bahwa anak muda merupakan mayoritas pendengar podcast di Indonesia (Bayu, 2021); databoks.katadata, 2021).



Gambar 1. 2 Usia Pendengar Podcast di Indonesia

Podcast memberikan berbagai macam konten audio dengan berbagai tema dan topik seperti komedi, bisnis, olahraga, hiburan, motivasi, dakwah, misteri, hingga obrolan sehari-hari. Selain itu, podcast juga memiliki berbagai kategori dalam pengemasannya yaitu berupa drama, acara diskusi, monolog, dialog, ulasan, dan dokumenter, di antara bentuk-bentuk lainnya. Selain sebagai bentuk hiburan, podcast juga memberikan inspirasi, solusi, literasi, yang menjadi wawasan kepada pendengarnya. Dengan banyaknya tema dan berbagai pengemasan konten podcast, membuat podcast menjadi lebih efektif dan fleksibel untuk dinikmati oleh *audiens*. Berbagai *platform* dan aplikasi pada *smartphone* yang menyediakan konten podcast yaitu Spotify, Noice, Anchor, Google Podcast, dan Apple Podcasts (Cin & Utami, 2020).

Salah satu diantara aplikasi podcast yang telah ada, Noice merupakan aplikasi podcast buatan Indonesia yang menyediakan berbagai konten audio yaitu tidak hanya podcast, adapun *Audiobook*, *Noice Live*, dan *Original Series*. Selain menyediakan berbagai konten audio, aplikasi buatan lokal yang memiliki slogan “Rumah Konten Audio Indonesia” inipun juga menambahi fitur *like*, *comment*, dan

share agar pendengar dapat berinteraksi dengan kreator kesukaan. Tak hanya itu, aplikasi Noice memiliki fitur *download* audio yang dapat didengarkan disaat *offline*.

Saat ini, Pengguna Noice telah mencapai dua juta lebih dan mengalami peningkatan pengguna empat kali lipat sejak tahun lalu. Pendengar menghabiskan 80 menit perharinya pada penggunaan aplikasi Noice. Dari data tersebut, dapat dilihat bahwa Noice merupakan sebuah platform *podcast* baru yang menarik perhatian masyarakat Indonesia.

Konten *podcast* berbasis audio memang memiliki penggemar yang sudah cukup banyak. Akan tetapi, konten berbasis audio masih terkalahkan oleh konten audio visual atau yang berformat video. Konten audio visual seperti yang ada di platform Youtube telah meraup hampir sepertiga pengguna internet secara keseluruhan. Menurut data dari *Business of Apps*, jumlah pengguna aktif Youtube memiliki pengguna sebesar 2,41 miliar di dunia saat tahun 2022. Di internet saat ini, Youtube bisa dibidang merupakan basis data video yang paling komprehensif, menarik, dan disukai.

Saat ini, Youtube dapat dikatakan sebagai situs video online paling dominan di dunia dengan persentase 43% penguasaan pasar dunia, Hampir sepertiga dari seluruh pengguna internet di dunia menggunakan Youtube, yang memiliki lebih dari satu miliar pelanggan. Setiap hari, miliaran penayangan dan ratusan juta jam video ditonton di YouTube. Diperkirakan mencapai 6 miliar *views* per harinya dan dengan setiap menitnya memuat 20 jam durasi video.

Youtube mengalami peningkatan yang sangat pesat yaitu naik sebesar 40% tiap tahunnya sejak tahun 2014 dan pada 2 tahun terakhir ini telah mencapai 60%

naik pertahunnya. Jumlah pengguna dan memulai dari beranda naik 3 kali lipat per tahunnya. (youtube, 2016).

Dengan pesatnya pengguna dan peminat konten audio visual, membuat sebagian besar konten podcast sedikit bergeser pada sisi kemasannya, yaitu tidak hanya memberikan format audio saja, akan tetapi memberikan visual terhadap konten podcast yang berujung pada format video. Perubahan yang terjadi pada podcast ini juga menimbulkan sifat preferensi terhadap audiens.

Melihat data pengguna platform Youtube yang masih menjadi pilihan pengguna internet, Noice akhirnya juga mengepakkan sayapnya dengan membangun Youtube *Channel* Noice pada tahun 2019 hingga kini memiliki 439 ribu *subscriber*. Noice menghadirkan konten *podcast* yang tidak hanya dikemas melalui audio saja, melainkan menampilkan *host* dan narasumber didepan kamera dan berada dalam studio yang telah di set sesuai dengan tema, topik pembahasan, dan episode yang dilaksanakan.

Podcast dalam bentuk audio dan video ini memiliki perbedaan dalam mengemas pesan yang ingin disampaikan dalam isi konten podcast yang nantinya diterima oleh audiens. Dalam penyebutan audiens, kedua bentuk ini juga memiliki perbedaan, dimana audiens pengguna podcast audio dapat disebut pendengar, sedangkan audiens pengguna podcast dalam bentuk video, dapat disebut dengan penonton. Perbedaan bentuk dalam pengemasan konten podcast menjadikan suatu fenomena yang memiliki preferensi yang berbeda pada audiens.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan temuan fenomena yang telah dijabarkan di latar belakang, peneliti merumuskan masalah yaitu Seberapa tinggi preferensi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang konsentrasi Audio Visual terhadap Podcast pada Channel Youtube Noice?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah penelitian, peneliti menemukan tujuan penelitian yaitu Mengetahui tingginya preferensi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang konsentrasi Audio Visual terhadap Podcast Channel pada Youtube Noice.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang dicapai, manfaat dari penelitian sebagai berikut.

1. Manfaat Akademis

Evolusi media penyampaian informasi, podcast dalam bentuk video merupakan media baru. Dari sisi gagasan ilmu komunikasi, podcast dalam bentuk video belum banyak tersedia. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah informasi mengenai preferensi audiens terhadap podcast dalam bentuk video dan menjadi sumber inspirasi baru bagi para akademisi di masa depan.

2. Manfaat Praktis

Temuan penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman pendengar akan fakta bahwa podcast dalam bentuk video memiliki preferensi yang berbeda dari podcast dalam bentuk audio.

